

# UTILIZATION OF AUGMENTED REALITY TECHNOLOGY IN THE CURRENSHE CAMPAIGN BY BANK OCBC NISP FOR FEMALE CHARACTERIZATION (A DOCUMENT STUDY ON CURRENSHE INSTAGRAM FILTERS FROM THE OFFICIAL INSTAGRAM ACCOUNT @OCBC\_INDONESIA)

Stefanus Liunardy

Atma Jaya University Yogyakarta  
stefanusliunardy.works@gmail.com

---

**Abstract:** This research examines the application of Augmented Reality (AR) technology within the CurrenShe Campaign conducted by Bank OCBC NISP, emphasizing the communication message aspect. Through an analysis of the CurrenShe Instagram filters available on the official Instagram account @ocbc\_indonesia, this study dissects the communication messages and narratives of struggle portrayed by six (6) prominent Indonesian female figures. Employing document study techniques and qualitative content analysis methods, the research scrutinizes six (6) CurrenShe Instagram filters. The findings highlight the fusion of AR and visual communication elements within the campaign's framework. Consequently, this research contributes to the comprehension of AR within the field of communication science and offers practical insights for the advancement of similar campaigns.

**Keywords:** *communication, Augmented Reality, campaign, CurrenShe, Bank OCBC NISP*

## 1. LATAR BELAKANG

Era revolusi digital yang melanda setiap aspek kehidupan, pemanfaatan teknologi *Augmented Reality* (AR) membuka pintu untuk inovasi di berbagai sektor, termasuk dalam ranah perbankan dan kampanye sosial (Alvionita, Murti, & Gani, 2021). Tren pemanfaatan teknologi AR didukung dengan temuan bahwa teknologi AR berpotensi untuk mewujudkan interaksi dan komunikasi lebih praktis. Menurut Fauziyyah (2019), teknologi AR bermanfaat untuk memperkaya dunia nyata dengan menciptakan berbagai objek virtual sehingga mendorong terjadinya interaksi antara khalayak di dunia nyata dan virtual. Dengan teknologi AR, materi cetak dapat diperkaya dengan informasi multimedia digital seperti audio, video, animasi, dan objek 3D (Murti et al., 2022). Menurut Tohir & Rojat (2022), teknologi AR merupakan teknologi yang dapat menyajikan objek virtual 3D ke dunia nyata melalui kamera. Teknologi AR memiliki sistem kerja yang sederhana yaitu dengan cara mendeteksi gambar melalui kamera yang biasanya disebut dengan *marker*. Akan tetapi, pemanfaatan teknologi AR di Indonesia masih tergolong sedikit karena masih merupakan fenomena baru.

Penelitian ini difokuskan pada Kampanye CurrenShe yang diinisiasi oleh Bank OCBC NISP, sebuah kampanye inovatif di era digital ini. Menurut Suryowati (2022), kampanye ini diluncurkan oleh Bank OCBC NISP dengan tujuan meningkatkan kesadaran akan peran penting perempuan dalam perekonomian Indonesia. Dalam konteks Kampanye CurrenShe, teknologi AR tidak hanya berfungsi sebagai sarana teknis, melainkan sebagai kunci keberhasilan dalam menyampaikan pesan-pesan esensial. Integrasi peran *Augmented Reality* (AR) sebagai medium

inovatif dan pesan-pesan pemberdayaan perempuan memungkinkan Bank OCBC NISP untuk melibatkan masyarakat dalam suatu pengalaman yang melebihi batas visual (Fauzi et al., 2024). Inisiatif ini menciptakan hubungan emosional dan keterlibatan yang lebih dalam, menjadikannya langkah signifikan dalam pengembangan kampanye sosial di era digital ini. Dengan menggabungkan simbol ekonomi yang paling merakyat yaitu uang, dan dengan teknologi *Augmented Reality* (AR), Kampanye CurrenShe menciptakan sebuah pengalaman yang tak terlupakan bagi masyarakat.

Setiap nominal uang menggambarkan perempuan tangguh dari berbagai daerah, mengungkapkan sejarah dan jasa luar biasa yang telah mereka sumbangkan untuk kemerdekaan dan kesetaraan sejak era kolonial (Saffana & Sofyani, 2022). Para pahlawan ini termasuk Laksamana Keumalahayati dari Aceh (pecahan Rp2.000,00), Nyi Ageng Serang dari Daerah Istimewa Yogyakarta (pecahan Rp5.000,00), Andi Depu dari Tinambung, Sulawesi Barat (pecahan Rp10.000,00), Maria Walanda Maramis dari Sulawesi (pecahan Rp20.000,00), Hj Rangkyo Rasuna Said dari Sumatera Barat (pecahan Rp50.000,00), dan Opu Daeng Risadju dari Tanah Luwu, Sulawesi Selatan (pecahan Rp100.000,00). Pengalaman ini tidak hanya sebatas pengenalan visual (Wijaya et al., 2023) terhadap pahlawan perempuan, melainkan juga menjadi panggilan untuk melibatkan masyarakat dalam sejarah hidup perempuan-perempuan inspiratif ini.

Dalam penelitian sebelumnya yang berjudul "Pengembangan Aplikasi *Augmented Reality* Untuk Memadukan Baju Kampanye (Studi Kasus: Calon Anggota DPRD Kabupaten Nganjuk)" oleh Ananda Widya Pratama, Herman Tolle, dan Wibisono Sukmo Wardhono, ditemukan bahwa para peneliti berhasil mengembangkan aplikasi *Augmented Reality* (AR) yang menggabungkan konsep 3D dengan baju kampanye. Penelitian ini memberikan landasan pemikiran bahwa pengembangan aplikasi AR dalam kampanye politik lokal dapat menjadi strategi yang efektif dan inovatif. Dengan merancang aplikasi yang berfokus pada pemahaman calon legislatif, penelitian ini membuka peluang untuk lebih memahami potensi teknologi AR dalam konteks komunikasi politik dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses demokratisasi (Pratama, Tolle, & Wardhono, 2020).

Melalui platform media sosial Instagram, khususnya melalui fitur filter Instagram (Murti et al., 2023), penelitian ini menggali lebih dalam mengenai pesan komunikasi yang disajikan pada filter Instagram CurrenShe dari akun Instagram resmi @ocbc\_indonesia yang memanfaatkan teknologi AR. Pada penelitian ini, peneliti mencoba menguraikan sejumlah teori dan konsep yang menjadi landasan penelitian. Pertama, analisis pesan-pesan dalam filter Instagram CurrenShe dari akun Instagram resmi @ocbc\_indonesia, mencakup pesan verbal (kata-kata) dan pesan nonverbal (sentuhan, gerakan tubuh, dan vokalik). Menurut Lani, Mastanora, Handayani, & Maimori (2021), pesan komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi dua (2) jenis berdasarkan isi pesan yaitu pesan verbal dan nonverbal. Pesan verbal melibatkan penggunaan kata-kata dan bahasa sebagai sarana utama komunikasi (Gantiano, 2019). Gantiano (2019) juga menambahkan bahwa terdapat beberapa bentuk pesan nonverbal, antara lain sentuhan, gerakan tubuh, dan vokalik.

Selanjutnya, penelitian juga berfokus pada elemen-elemen komunikasi visual, seperti warna, bentuk, ruang, gelap terang, tekstur, dan tipografi, yang terkandung dalam filter Instagram CurrenShe tersebut. Menurut Sasongko, Suyanto, & Kurniawan (2020), warna mempunyai efek terhadap manusia secara psikologis, seperti warna coklat yang dianggap memiliki arti kuno, kaku, malas, kolot, dan pesimis. Terdapat juga konsep *Augmented Reality* (AR), yang mana eksistensi teknologi *Augmented Reality* (AR) bertujuan untuk mengembangkan teknologi yang memungkinkan integrasi konten digital yang dibuat oleh komputer secara real time dengan lingkungan dunia nyata (Hasian & Rinaldo, 2019). Menurut Mustaqim (2016), perkembangan *markerless Augmented Reality* tengah menjadi sorotan utama bagi perusahaan-

perusahaan besar saat ini. Dalam konteks ini, terdapat beberapa teknik tracking markerless yang menjadi fokus pengembangan, antara lain *face tracking*, *3D object tracking*, dan *motion tracking*.

## 2. METODE

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik studi dokumentasi untuk memperoleh data-data pada filter Instagram CurrenShe dari akun Instagram resmi @ocbc\_indonesia dan juga beberapa artikel atau jurnal pendukung. Menurut Jailani (2023), teknik studi dokumen memiliki keunggulan yaitu mampu memberikan wawasan tentang konteks historis, kebijakan, peristiwa, dan perkembangan yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Jenis dokumen yang menjadi fokus pengumpulan data meliputi catatan, laporan, surat, buku, dan dokumen resmi lainnya. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah filter Instagram CurrenShe dari akun Instagram resmi @ocbc\_indonesia, serta sejumlah artikel atau jurnal pendukung. Pada filter Instagram CurrenShe dari akun Instagram resmi @ocbc\_indonesia, Bank OCBC NISP menyajikan beberapa pesan komunikasi yang berbeda-beda pada setiap nominal. Melalui pemanfaatan teknologi *Augmented Reality* (AR), Bank OCBC NISP menampilkan potret enam (6) tokoh pahlawan perempuan yang divisualisasikan dengan audio dan animasi, serta ornamen visual lainnya yang didasarkan pada kondisi lingkungan sebenarnya. Keenam tokoh pahlawan perempuan yang dimaksud adalah Laksamana Keumalahayati dari Aceh (pecahan Rp2.000,00), Nyi Ageng Serang dari Daerah Istimewa Yogyakarta (pecahan Rp5.000,00), Andi Depu dari Tinambung, Sulawesi Barat (pecahan Rp10.000,00), Maria Walanda Maramis dari Sulawesi (pecahan Rp20.000,00), Hj Rangkayo Rasuna Said dari Sumatera Barat (pecahan Rp50.000,00), dan Opu Daeng Risadju dari Tanah Luwu, Sulawesi Selatan pecahan Rp100.000,00).

Setelah data-data diperoleh dari filter Instagram CurrenShe dari akun Instagram resmi @ocbc\_indonesia dan juga beberapa artikel atau jurnal pendukung, peneliti menggunakan metode analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*) untuk menganalisis data-data tersebut. Menurut Asri (2020), metode analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*) merupakan metode untuk meneliti komponen sebuah pesan komunikasi. Setelah menemukan aspek audio dan visual dari pesan komunikasi dalam masing-masing filter Instagram CurrenShe dari akun Instagram resmi @ocbc\_indonesia, langkah selanjutnya adalah peneliti menggali lebih lanjut terkait biografi dan histori keenam tokoh pahlawan perempuan Indonesia dari beberapa artikel atau jurnal pendukung untuk memahami makna pesan komunikasi yang disajikan. Berikutnya, peneliti melakukan analisis terhadap data-data temuan berdasarkan teori dan konseptualisasi yang dijadikan sebagai landasan penelitian.

## 3. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, ditemukan bahwa pesan-pesan komunikasi yang menonjol dalam filter Instagram CurrenShe dari akun Instagram resmi @ocbc\_indonesia hendak mengangkat aspek perempuan dengan cara menghadirkan visualisasi dari histori keenam tokoh pahlawan perempuan Indonesia. Yang terdiri dari aspek: pesan verbal, sentuhan, Gerakan tubuh, vokalik, warna, bentuk, ruang, gelap terang, tekstur, tipografi, dan *augmented reality*.

### Pesan Verbal

Filter Instagram CurrenShe, pesan verbal yang disampaikan oleh keenam tokoh pahlawan perempuan Indonesia diarahkan untuk mencerminkan semangat perjuangan,

kepahlawanan, dan komitmen mereka dalam menghadapi tantangan serta memperjuangkan perubahan untuk kebaikan negeri. Hal ini dapat ditemukan pada isi wejangan dari salah satu tokoh yaitu Nyi Ageng Serang. Wejangan menyoroti pengorbanan dan keteguhan Nyi Ageng Serang dalam Perang Diponegoro. Ungkapan "kupertaruhkan jiwo rogo" mencerminkan kesediaan berkorban demi kepentingan bangsa. Pesan ini menggugah khalayak untuk berkomitmen pada perjuangan kemerdekaan bangsa yang lebih besar dari diri sendiri. Selain itu, isi wejangan yang disampaikan juga selaras dengan sisi histori dari Nyi Ageng Serang, yang mana ketika terjadi Perang Diponegoro, Nyi Ageng Serang bergabung dengan pasukan Pangeran Diponegoro sebagai pemimpin pasukan wanita dan menjadi salah seorang sesepuh serta panglima perang pasukan Diponegoro.

### **Sentuhan**

Dalam filter Instagram CurrenShe pesan nonverbal berbentuk sentuhan menjadi elemen kunci yang mengomunikasikan interaksi fisik antar tokoh dalam menampilkan keberanian dan kesiapan untuk berjuang demi perubahan. Hal ini dapat ditemukan pada visualisasi Laksamana Keumalahayati. Ekspresi marah yang ditunjukkan oleh Keumalahayati melalui sentuhan pada rencong menciptakan gambaran keberanian dan tekad perempuan Aceh dalam menghadapi musuh. Pada gambaran ini, sentuhan Laksamana Keumalahayati pada rencong menciptakan simbol perlawanan yang kuat. Marahnya ekspresi wajah dan gerakan melompat menunjukkan ketegasan dan keberanian perempuan Aceh dalam menghadapi penjajah, sementara rencong sebagai simbol kekuatan lokal.

### **Gerakan Tubuh**

Gerakan tubuh tokoh-tokoh pahlawan memberikan dinamika, seperti melompat dan menunjuk. Dengan ekspresi marah, kegigihan para tokoh tercermin dalam gerakan tubuh yang menggambarkan semangat untuk mencapai perubahan. Hal ini dapat ditemukan pada visualisasi Andi Depu. Gerakan Andi Depu yang memegang bendera merah putih menunjukkan determinasi dan semangat patriotisme. Gerakan Andi Depu yang sambil menunjuk pasukan Sekutu dengan ekspresi marah menciptakan kesan keberanian untuk melawan.

### **Vokalik**

Pada filter Instagram CurrenShe dari akun Instagram resmi @ocbc\_indonesia, pesan nonverbal berbentuk vokalik memberikan nilai autentik dari tokoh-tokoh pahlawan. Suara penuh emosi dan gairah perang menciptakan nuansa yang mendalam. Hal ini dapat ditemukan pada suara Maria Walanda Maramis yang penuh emosi dan gairah menciptakan kesan semangat perjuangan. Penggunaan suara yang ekspresif menunjukkan kegigihan dan keberanian Perempuan dalam mencapai cita-cita. Hal ini dapat ditemukan pada visualisasi Laksamana Keumalahayati. Penggunaan warna coklat pada ornament badan, kayu, dan tali kapal menciptakan kesan semangat perjuangan. Penggunaan suara yang ekspresif menunjukkan kegigihan dan keberanian Perempuan dalam mencapai cita-cita.

### **Warna**

Dalam filter Instagram, nuansa historis dan autentik. Hal ini didukung dengan anggapan bahwa warna coklat memiliki arti kuno CurrenShe dari akun Instagram resmi @ocbc\_indonesia, warna-warna yang dominan pada setiap pecahan mengikuti warna asli pada

uang rupiah kertas yang dipindai. Namun, peneliti mencoba merumuskan dasar pemilihan warna pada pesan komunikasi dalam filter Instagram CurrenShe selain karena menyesuaikan warna asli.

## **Bentuk**

Dalam filter Instagram CurrenShe dari akun Instagram resmi @ocbc\_indonesia, elemen bentuk merepresentasikan identitas visual seperti bentuk tajam pada rencong milik Laksamana Keumalahayati digunakan untuk menonjolkan keberanian dan ketajaman dalam menghadapi tantangan. Selain itu, bentuk organik pada latar belakang menciptakan kesan kehidupan dan keberlanjutan, memberikan sentuhan keaslian dan keterhubungan dengan alam.

Representasi visual lainnya dapat ditemukan pada visualisasi Rasuna Said. Kepalan tangan Rasuna Said dengan ekspresi marah dan tangan terkepal mengarah ke atas menciptakan bentuk yang menunjukkan ketegasan dan semangat perjuangan. Bentuk podium menciptakan ruang simbolis dan tempat bagi Rasuna Said untuk menyuarakan pandangannya. Pergerakan horizontal perempuan di sekitarnya memberikan bentuk visual yang mencerminkan partisipasi dan dukungan massa terhadap Rasuna Said. Bentuk ini menggambarkan daya tarik dan pengaruh yang dimilikinya sebagai tokoh pemimpin.

## **Ruang**

Elemen ruang tersusun dengan rapi dan strategis, yang mana tata letak para tokoh pahlawan perempuan berada di sisi tengah, dan dikelilingi berbagai ornamen pendukung di sisi kiri, atas, kanan, dan bawah. Hal ini dapat ditemukan pada visualisasi Opu Daeng. Tebing yang menjadi latar belakang memberikan hierarki ruang yang kuat. Tebing menjadi elemen dominan yang mengisi sebagian besar ruang visual, menciptakan suasana dan konteks tempat kejadian. Ruang ini menjadi narasi visual yang menghubungkan audiens dengan konteks sejarah. Opu Daeng ditempatkan di tengah atau dekat pusat visualisasi, menciptakan ruang fokus. Penempatan ini memastikan bahwa tokoh utama dan kejadian utama mendapatkan perhatian maksimal dari audiens.

## **Gelap Terang**

Elemen gelap terang membantu menyoroti ekspresi wajah, sikap tubuh, dan elemen-elemen penting lainnya pada setiap tokoh. Hal ini dapat ditemukan pada visualisasi Andi Depu. Kontras antara warna ungu pada pasukan Islam Muda yang mendominasi dengan warna merah pada pasukan Sekutu menimbulkan kesan dramatis dan kuat. Pemilihan kontras ini menyoroti kehadiran tokoh utama. Penggunaan gelap terang menciptakan atmosfer dramatis yang memperkuat semangat perlawanan.

## **Tekstur**

Elemen tekstur memberikan nuansa khusus pada interpretasi pesan yang disampaikan oleh keenam tokoh pahlawan. Tekstur berhasil menghadirkan kedalaman dan keaslian. Hal ini dapat ditemukan pada visualisasi Rasuna Said. Tekstur pada pakaian Rasuna Said menciptakan kesan yang elegan dan kuat. Detail seperti lipatan kain dan corak pada pakaian memberikan kesan autentik. Selain itu, tekstur pada ornamen gedung memberikan kesan nyata dan hidup.

## Tipografi

Elemen tipografi dapat ditemukan pada penempatan teks di atas bingkai berwarna merah dengan ornamen tradisional. Dalam hal ini, penggunaan huruf kapital menciptakan kesan kuat dan tegas. Huruf kapital digunakan untuk memberikan penekanan pada identitas dan keagungan keenam tokoh pahlawan perempuan. Huruf tebal dan ukuran font yang lebih besar pada nama para tokoh menunjukkan signifikansi dan keistimewaan tokoh tersebut. Penggunaan bingkai berwarna merah dengan ornamen tradisional memberikan sentuhan artistik dan budaya yang sesuai dengan konteks tokoh.

## SIMPULAN

Pemanfaatan *Augmented Reality (AR)* pada kampanye Currenshe, peneliti menemukan beberapa poin kesimpulan berikut. Pertama, fokus pada enam tokoh sejarah Indonesia yang diarahkan dalam konteks visual melalui pesan perjuangan yang disampaikan. Kedua, elemen verbal dan nonverbal yang diangkat seperti suara, gambar dan musik tradisional digunakan untuk membangun daya emosional dan daya tarik pesan yang disampaikan. Ketiga, penggunaan elemen komunikasi pesan visual digunakan untuk menciptakan pesan yang kohesif dan menarik untuk memperdalam pengalaman pada pengguna.

## REFERENCES

Alvionita, D., Murti, A. B., & Gani, A.R. F. (2021). Studi Literasi: Pelopor Pembelajaran Bermakna Menggunakan Teknologi Augmented Reality Pada Topik Lingkungan Di Era Merdeka Belajar. *Bioilmi: Jurnal Pendidikan*, 7(2), 73-82.

Asri, R. (2020). Membaca film sebagai sebuah teks: analisis isi film “nanti kita cerita tentang hari ini (nkcthi)”. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2),74-86. <https://jurnal.uai.ac.id/index.php/JAISS/article/view/462>

Fauziyyah, N. (2019). The Potential of Augmented Reality to Transform Education Into Smart Education. *Jurnal PAJAR (Pendidikan dan Pengajaran)*, 3(4), 966-973.

Fauzi, G. A., Rosyadi, F., Putra, T. S., & Murti, D. C. W. (2024). Hubungan antara Experience Economy, Tour Quality, dan Tour Satisfaction di Desa Wisata Tamanmartani. *Manajemen Dewantara*, 8(1), 22-34.

Gantiano, H. E. (2019). Analisis Dampak Strategi Komunikasi Non Verbal. *Dharma Duta*, 17(2), 80-95. <https://www.ejournal.iahntp.ac.id/index.php/Dharma-duta/article/view/392>.

Hasian, I., & Rinaldo, B. (2019). Analisis Media Kampanye Branding Augmented Reality di Museum Menggunakan Teori Desain Komunikasi Visual (Studi Kasus: Museum Perumusan Naskah Proklamasi). *Jurnal Magenta STMK Trisakti*, 3(1), 409-428.

Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9. <http://ejournal.yayasanpendidika ndzurriyatulquran.id/index.php/ihsan/article/view/57>

Lani, O. P., Mastanora, R., Handayani, B., & Maimori, R. (2021). Komunikasi Verbal Dan Nonverbal Pada Film Kartun Shaun The Sheep. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 10(2), 161-169. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7472>

Mustaqim, I. (2016). Pemanfaatan Augmented Reality sebagai media pembelajaran. *Jurnal pendidikan teknologi dan kejuruan*, 13(2), 174-183. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPTK/article/view/8525>

Murti, D. C. W., Kusumastuti, Z. R., Handoko, V. S., & Wijaya, A. B. M. (2022). Peningkatan digitalisasi pariwisata di wilayah desa purwoharjo, kulon progo. *Jurnal Atma Inovasia*, 2(1), 14-19.

Murti, D. C. W., Ratriyana, I. N., & Asmoro, I. D. (2023). "Dream Now, Travel Tomorrow": Communicating the Nation Branding of Indonesia through Tourism-Based Social Media. *Howard Journal of Communications*, 1-22.

Pratama, A. W., Tolle, H., & Wardhono, W. S. (2020). Pengembangan Aplikasi Augmented Reality Untuk Memadukan Baju Kampanye (Studi Kasus: Calon Anggota DPRD Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 4(1), 74-81.

Saffana, N. & Sofyani, F. (2022, November 6). CurrenShe, Kampanye Bank OCBC NISP Dukung Peran Perempuan di Ekonomi Bangsa. *Kumparan.com*. <https://kumparan.com/kumparan-woman/currenshe-kampanye-bank-ocbc-nisp-dukung-peran-perempuan-di-ekonomi-bangsa-1zCBigsmxmt/full>

Sasongko, M. N., Suyanto, M., & Kurniawan, M. P. (2020). Analisis Kombinasi Warna pada Antarmuka Website Pemerintah Kabupaten Klaten. *Jurnal Teknologi Technoscientia*, 125-133. <https://journal.akprind.ac.id/index.php/technoscientia/article/view/2411>

Suryowati, E. (2022, November 3). Luncurkan CurrenShe, Bank OCBC NISP Dorong Perempuan Aktif Berbisnis. *Jawapos.com*. <https://www.jawapos.com/finance/01417059/luncurkan-currenshe-bank-ocbc-nisp-dorong-perempuan-aktif-berbisnis>

Tohir, A. & Rojat, M. R. (2022). Pengembangan Aplikasi Augmented Reality Untuk Memperkenalkan Warisan Budaya Berwujud Di Museum Lampung Menggunakan Siklus Hidup Pengembangan Multimedia. *Jurnal Portal Data*, 2(7).

Wijaya, A. B. M., Murti, D. C. W., & Handoko, V. S. (2023). Modified lenet-5 architecture to classify high variety of tourism object: A case study of tourism object for education in Tinalah Village. *JOIV: International Journal on Informatics Visualization*, 7(3), 927-934.